

SEA Audit: Basis Checkliste

Ziele für Deine Google Ads/ Microsoft Ads Kampagnen

- Ziele für die SEA Kampagnen sind festgelegt
 - Branding
 - Seitenzugriffe / Traffic
 - Leads (z.B. abgeschickte Kontaktformulare)
 - Verkäufe

Kontoeinstellungen

Mehrere Google Ads Konten einrichten, wenn..

- Du verschiedene Budgettöpfe hast für z.B.
 - mehrere Länder-Domains
 - mehrere Shops
 - verschiedene Agenturen

Verknüpfung mit anderen Konten

- Google Analytics Google
- Merchant Center
- Search Console
- YouTube-Kanäle

Conversiontracking

- Ist Conversiontracking eingerichtet?
 - Werden Conversions erfasst?
 - Werden Conversion-Werte übergeben?
 - Welche Cookiezeit ist eingerichtet?
 - Welches Attributionsmodell ist hinterlegt?
 - Sind Mikro-Conversions sinnvoll, sind welche angelegt?

Kampagnenstruktur

Kampagnenbenennung

- Sind die Kampagnen einheitlich benannt?
- Gibt es Kampagnen für verschiedene Länder? Sind Länderkürzel einheitlich?
- Ist die Kampagnenart im Kampagnennamen enthalten (Suchnetzwerk, Displaynetzwerk usw.)?
- Sind Kampagnen nach Brand und Non-Brand (Generic) Keywords getrennt?

Kampagneneinstellungen

- Welche Kampagnentypen sind eingestellt?
- Ist für jede Kampagnenart eine getrennte Kampagne aufgesetzt?
- Sind Suchnetzwerk-Partner aktiviert?
- Ist die Anzeigenrotation auf "gleichmäßige Anzeigenrotation" gestellt?

Keywords & Anzeigentexte

- In welchen Keyword Matching Optionen sind die Keywords eingebucht?
- Greifen die Anzeigentexte die Keywords auf?
- Sind pro Anzeigengruppe zwei ETA (Textanzeigen) und eine RSA (Responsive Search Ad) aktiv?
- Sind Anzeigentexte unterschiedlich genug verfasst?
- Sind Negatives ausgeschlossen (und werden regelmäßig ausgeschlossen)?